

## REGRAS DE MARKETING - GAUCHÃO IPIRANGA 2020.

O clube ao aderir à participação no GAUCHÃO IPIRANGA 2020 através de sua presença no Congresso Técnico da Competição concorda e autoriza desde já com as ações e ativações de patrocinadores, apoiadores e de cunho social, coordenadas pela FGF as quais serão informadas previamente a sua realização.

O GAUCHÃO IPIRANGA 2020 terá regras de marketing específicas e que deverão ser cumpridas por todos os clubes que disputam a competição. As mesmas são elencadas abaixo conforme orientação citada no ART. 36 Do Regulamento da Competição:

a) Cada clube terá direito a utilização/exploração de 02(duas) placas de publicidade estática em seu estádio, no tamanho padrão de 5,00m x 1,00m, conforme segue indicado em mapa anexo com a respectiva posição apontada; Deverá ser observada a regra da exclusividade de segmentos, sendo priorizado o expositor comercializado pela FGF no pacote para todos os clubes. Essa exceção só é permitida para as empresas fornecedoras de material esportivo e no patrocinador master dos clubes que, neste caso, podem conflitar com a anunciante ou fornecedora de material esportivo do campeonato;

b) Todas as demais placas de publicidade estática de campo, de todos os estádios da competição serão utilizadas/exploradas pela FGF conforme segue indicado em mapa anexo com as respectivas posições apontadas;

c) Não será permitido o uso/utilização da chamada “segunda linha” de placas de publicidade estática em nenhum dos estádios da competição. Entenda-se como “segunda linha” aquela alocada atrás das placas expostas no gramado.

d) Mediante autorização expressa da FGF será permitida utilização de publicidade estática em muros ou fachadas desde que não estejam conflitando visualmente com as placas de publicidade expostas no gramado, respeitem a exclusividade de segmento indicada na letra “a e distantes pelo menos 5 metros do campo de jogo e que”

e) Os clubes deverão dar livre acesso aos profissionais que farão a instalação e manutenção das placas de publicidade estática e demais ativações nos estádios, os quais serão previamente credenciados e identificados pela FGF;

f) Nos jogos em que houver transmissão pela TV aberta, PPW ou plataforma de streaming não será autorizada qualquer ativação ou ação promocional pelo clube no gramado ou seu entorno, salvo as de cunho social ou que forem expressamente autorizadas pela FGF.

1. A Comunicação dos clubes deve ser utilizado o logo oficial da competição;
2. Que a ação se encerre até 20 minutos antes do início da partida;
3. Que não viole a regra da exclusividade de segmento, exceto patrocinador máster do clube ou fornecedor de uniforme.

g) A música das competições deverá ser reproduzidas em todos os jogos, com ou sem protocolo, a musica deverá ser tocada 5 (cinco) minutos antes do início das partidas quando não houver protocolo. Quando tivermos o protocolo, os estádios deverão seguir a programação do Countdown.

h) As ações de marketing dos clubes deverão ser solicitadas com antecedência de 72 horas do início da partida, para a FGF através do e-mail: [marketing@fgf.com.br](mailto:marketing@fgf.com.br) .

i) As ações de marketing da FGF e seus parceiros poderão ocorrer em todos e qualquer estádio sem restrição.

j) Na solenidade de premiação ao campeão gaúcho: serão distribuídas 60 credenciais de palco para ingresso na cerimônia de premiação sendo vedada a qualquer pessoa a entrada sem a devida credencial.

k) De acordo com clausula contratual junto à Ipiranga, a patrocinadora Master da competição, os clubes mandantes dos jogos deverão disponibilizar ingressos na quantidade limite de:

1 - até 400 (quatrocentos) ingressos para os jogos dos clubes Grêmio e Internacional;

2 - até 400 (quatrocentos) ingressos para os jogos mata-mata, mesmo não envolvendo a dupla GRENAL.

3 - No(s) GRENAL(is) a quantidade será de 400 (quatrocentos) ingressos.

4 - Para todos os demais jogos da competição, a quantidade será de 200 (duzentos) ingressos a serem utilizados para ações promocionais diversas do patrocinador.